DOCUMENT RESUME

ED 364 097 FL 021 672

AUTHOR Clijsters, Willy
TITLE La lettre d'affaires: Projet de principes d'une methodologie d'apprentissage (The Business Letter: How To Write One).
PUB DATE [92]
NOTE 9p.
PUB TYPE Reports - Evaluative/Feasibility (142) -- Guides - Classroom Use - Teaching Guides (For Teacher) (052)
LANGUAGE French

EDRS PRICE MF01/PC01 Plus Postage.
DESCRIPTORS *Business Correspondence; Business Education; Class Activities; Classification; Classroom Techniques; Foreign Countries; *French; *Grading; Higher Education; *Interpersonal Communication; Language Patterns; *Letters (Correspondence); Second Language Instruction; *Second Languages; Vocabulary Development
IDENTIFIERS Postal Service

ABSTRACT

Instruction in business letter-writing, particularly in the context of the business French course, is discussed. First, the kinds of business communications (face-to-face, print, and electronic) currently used are surveyed briefly, and a taxonomy of the content of business communication is presented. Conventions of French business letters are then outlined and exercises based on them are suggested. Topics include terminology, the envelope, address formats, business jargon, sentence structure, etiquette, diplomatic communication, and the art of negotiation. Finally, criteria for evaluating the business letter are specified. These criteria include physical presentation and content, syntactical and lexical precision, organization, use of conventions, diplomacy, and language usage. (MSE)

****
* Reproductions supplied by EDRS are the best that can be made *
* from the original document. *
****

"PERMISSION TO REPRODUCE THIS MATERIAL HAS BEEN GRANTED BY
W. Clijsters
TO THE EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)."

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
Office of Educational Research and Improvement
EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)
This document has been reproduced as received from the person or organization originating it.
Minor changes have been made to improve reproduction quality.
Points of view or opinions stated in this document do not necessarily represent official OERI position or policy.

ED 364 097

LA LETTRE D'AFFAIRES: PROJET DE PRINCIPES D'UNE METHODOLOGIE D'APPRENTISSAGE

Willy CLIJSTERS
Limburgs Universitair Centrum
Diepenbeek

Savoir exactement quelle est part des communications d'affaires véhiculée par les différents médias relève bel et bien de l'utopie. A un certain moment (années 70 aux E.-U.), il a été prétendu que 90 % des échanges se feraient par téléphone. Actuellement, l'écrit regagne sans doute du terrain grâce à la banalisation de la télécopie.

Les derniers chiffres publiés par le NIS-ISN font voir
- une lente progression pour la lettre : +17 % de 1985 à 1988
- une expansion substantielle pour le téléphone : +21 % de 1985 à 1988 (c'est depuis cette année-là seulement que s'est effectuée la véritable percée de la TCP)
- un service télex en chute libre : -36 % d'abonnés entre 1987 et 1990
- la quasi-disparition du télégramme : encore -31 % de 1985 à 1990.

A côté du téléfax, de nouveaux moyens sont venus élargir le champ des télécommunication connaissent toujours plus de succès: le mobilophone, le sémaphone, la messagerie électronique, la vidéoconférence.

La présente contribution se propose d'esquisser d'abord le panorama actuel des moyens de communication dans le domaine des affaires. Il va de soi que cet aperçu ne peut être que la photo d'un moment vu les évolutions rapides, parfois même spectaculaires qui bouleversent le domaine des télécommunications.

Ensuite, je présenterai quelques aspects de la lettre des affaires afin d'esquisser une approche méthodologique pour l'apprentissage du courrier d'affaires. Je conclurai par une proposition de grille de correction.

1. Les moyens de télécommunication: panaroma actuel

Force est de constater tout d'abord que la communication d'affaires fait partie d'une réalité immensément plus vaste, qui est celle de la communication au sens le plus large. Ainsi par exemple, la lettre d'affaires se situe sur un axe qui va de la lettre informelle, amicale au document officiel et très formel (acte, formulaire, bon...).

Le média utilisé peut constituer un excellent critère pour établir une taxinomie de la communication dans les affaires. La classification proposée est purement théorique. Dans la réalité, on se servira de quelques médias seulement, la plupart des entreprises ne disposant pas de tout l'équipement technique nécessaire.

Cette taxinomie permet de voir où se situe l'activité du cours de français d'affaires. Je la présente par opposition à celle qui est basée sur le contenu de la communication, et qui influe beaucoup plus directement sur la pédagogie du cours.

1.1. Critère de distinction: le support.

1.1.1. Support oral :

Dans les cas du support oral, il y a interaction "en temps reel". Les interlocuteurs peuvent réagir immédiatement aux messages qui leur parviennent. Dans le schéma propose, le rôle du paralinguistique diminue très progressivement!

* Le contact physique est direct. On ne fait pas appel à un média interposé. Le véhicule du message est la simple voix humaine. Les aspects visuel et auditif jouent à plein. Quelques exemples: l'entretien personnel, l'interview, la négociation, l'entretien de vente... Dans ces cas, tout l'appareil paralinguistique entre en action (gestuelle, intonation expressive/affective, mimique, débit).

FL021672

* Le contact physique est indirect. Les interlocuteurs font appel à un auxiliaire technique, qui transmet la voix et l'image. Exemples: le visiophone[1] (ou critiqué: le vidéophone), la visioconférence / la vidéoconférence[2]. Le paralinguistique joue dans la mesure où la caméra et le microphone parviennent à capter les interlocuteurs.

* Le contact se limite à la parole. Le média utilisé est purement auditif. Exemples: le téléphone (entretien personnel, télévente[3], enquête, interview...), la téléconférence[4]. Le paralinguistique joue dans la mesure où il est véhiculé par le son.

1.1.2. Support écrit :

Dans les cas du support écrit, il y a interaction "par lots". On réagit seulement après que le partenaire a terminé son message.

Ici joue le paralinguistique du message écrit (choix des corps et des caractères, mise en page, disposition du texte sur le document). Exemples: la lettre, c'est-à-dire la lettre personnelle aussi bien que le document personnalisé (publipostage[5], traitement de texte) et le formulaire standard, le télex[6], le télégramme[7].

Dans les exemples cités, on voit augmenter progressivement les contraintes formelles (surtout quant à la concision et la présentation matérielle du message): le langage utilisé devient moins naturel et plus codifié.

Grâce aux récentes découvertes dans le domaine des techniques électroniques, la télécopie[8] (téléfax[9]) et le courrier (la messagerie) électronique[10] sont venus élargir la gamme des supports écrits. Dans le cas du courrier électronique, on peut même dorénavant se passer de papier.

---

[1] appareil associant le téléphone et la télévision et permettant aux interlocuteurs de se voir pendant leur conversation

[2] téléconférence permettant la transmission de la parole, de documents graphiques et d'images animées des participants

[3] vente, sur commande passée par téléphone ou par Minitel, d'articles présentés pendant une émission de télévision - téléachat, achat d'articles proposés en télévente

[4] conférence dans laquelle plusieurs interlocuteurs, répartis dans deux lieux ou plus, sont reliés entre eux par des moyens de télécommunication

[5] prospection publicitaire d'un marché ou vente par voie postale (angl. mailing)

[6] Pour le télex, une interaction "en temps réel" est possible.

[7] Victime des nouvelles technologies, le pneumatique ou pneu, créé en 1867 pour assurer le transport d'un pli urgent à Paris, a été abandonné fin avril 1984. Il permettait, par un réseau de tuyaux souterrains, de faire parvenir en deux heures et pour 100 FB environ un pli à son destinataire.

[8] procédé de télécommunication, associant la téléphonie et la numérisation d'image, qui permet de transmettre un document graphique en fac-similé

[9] En réalité, nom déposé d'un système de télécopie

[10] ou télémessagerie, service d'envoi de messages en temps réel ou différé entre des personnes connectées sur un réseau télématique; permet l'accès à une "boîte aux lettres" grâce à un terminal avec un écran + clavier ou imprimante

1.1.3. Utilisation pratique de ces médias

La réalité fait toujours voir une imbrication de plusieurs médias, par exemple : lettre, téléphone, télex, télégramme, télécopie. Leur fréquence d'emploi est tributaire de l'état des technologies, du coût de leur utilisation, des habitudes de l'entreprise, etc. Certaines phases de la transaction commerciale se feront de préférence, voire obligatoirement ou par prudence par écrit. Dans ces cas, un coup de fil éventuel sera confirmé par écrit (lettre recommandée sans/avec A.R.).

P.S. Lettre vs. télécopie.

La lettre est un document écrit (à la main, à la machine), qui est transmis au destinataire par l'entremise de la poste: l'original se déplace, alors qu'une copie reste sur place.

La télécopie (T.C.P.; télégraphie fac-similé; phototélégraphie; téléfax/fax) est un procédé de télégraphie analogique qui permet de produire à la réception un document identique à l'original: l'original reste sur place, et une copie est produite chez le destinataire.

La télécopie ne connaît pas encore la codification de la lettre. Elle cherche encore son identité. Parfois on trouve de simples messages griffonnés à la hâte, à d'autres moments il s'agit de simples copies de lettres traditionnelles[11].

1.2. Taxinomie basée sur le contenu

Cette typologie part de la phase de la transaction commerciale, c'est-à-dire de l'opération achat-vente de biens ou de services.

1 Demande d'offre / appel d'offres
2 Offre; contreproposition
3 Commande / ordre
4 Accusé de réception / confirmation, modification, annulation de la commande
5 Avis d'expédition
6 Documents de transport; envoi de la facture; paiement
7 Rappel de paiement / relance / mise en demeure de payer
8 Réclamation / plainte
9 Réponse à la réclamation

Le degré de formalisation/standardisation suit une courbe ascendante de 1 à 5-7 et descendante de 5-7 à 9. Cette standardisation est inversement proportionnelle au travail de rédaction personnelle du rédacteur.

Dans sa forme la plus simple, une transaction comprend seulement commande + facture + paiement. Les contrats importants qui se né-gocient avec des pots-de-vin et s'écrivent avec plusieurs trios de zéros parcourent toutes les phases 1-6 et le cas échéant 1-9. Une transaction ordinaire se situe entre ces deux extrêmes.
L'emploi de textes uniques ou de formulaires dépend de la nature du message (cas de routine, cas nouveau), des complications prévisi-bles, de la stratégie de l'entreprise vis-à-vis des ses partenaires et clients.

Deux exemples:

Le cas le plus fréquent se limite à une commande (téléphonique, au V.R.P., par bon, par lettre), une livraison (bon de livraison...), une facture et un paiement.

---

[11] Sur la différence de présentation entre la lettre et la télécopie: voir G. Vanhee, De telefax, het einde van de traditionele briefwisseling? in Romaneske, 1991, 16e jg, nr. 1, p. 41-53 et spécialement "Hoe ziet een faxbericht eruit?" p. 46-47

Exemple d'un autre cas : demande d'offre téléphonique, offre écrite, contre-proposition, nouvelle offre, commande, livraison incomplète (documents...), réclamation, réponse à la réclamation, livraison complémentaire (documents...), facture, premier rappel, paiement.

Des exercices possibles:

*1. Indiquez les phases qui se font de préference / obligatoirement par écrit.
*2. Qui a l'initiative dans chaque phase, le vendeur ou l'acheteur ?
*3. Mettez dans l'ordre chronologique les différents moments d'une affaire qui a conduit au remplacement des marchandises endommagées.

2. Quelques aspects formels du document d'affaires.

2.1. De la lettre d'affaires.

Les différents manuels de correspondance commerciale française donnent des exemples et présentent la terminologie d'usage pour désigner les parties du document écrit. La maîtrise de ces termes facilite le tra-vail sur la lettre en classe. Le document NF Z 11-001 publié en 1979 par l'AFNOR donne plusieurs feuilles-gabarit et quelques informations sur la nature et la disposition des inscriptions. Dernièrement (1991), l'Institut belge de Normalisation a publié sa norme NBN Z 01-002 "Classification et frappe de documents".

2.2. De l'enveloppe.

La R.T.T. et les P. et T. ont leurs prescriptions quant à la place et la disposition des adresses sur l'enveloppe.

2.3. Exercices.

Il n'est pas inutile de faire des exercices sur la disposition des adresses du destinataire et de l'expéditeur et d'attirer l'attention sur les différences entre les usages conseillés en France et en Bel-gique. Il faut mentionner également les abréviations comme P.R. (poste restante), c/o (care of, per adres) et faire le lien entre l'adresse et l'appellation dans la lettre même.

3. S'exprimer en correspondancier chevronné : un travail à cinq niveaux... (les cinq savoirs)

3.1. Le niveau lexical : le savoir-désigner

Le correspondancier doit maîtriser le vocabulaire spécifique, tech-nique du domaine des affaires et de son secteur, activité ou entre-prise. Il va de soi qu'un cours de français des affaires ne pourra jamais apporter le jargon d'un métier ou la terminologie d'une profession.

On se limitera donc au vocabulaire général des affaires : les différents prix, les unités de production, les points de vente, les types d'offre, de documents de paiement (types de chèque, versement, virement, traite...), etc.

Quelques exercices:

*1. Expliquez la différence entre:
1. réduction - remise - rabais - ristourne - escompte
2. emballage facturé (consigné) - emballage perdu (non consigné)
3. hors T.V.A. - T.V.A. incl.
4. réceptionniste - réceptionnaire
5. travailleur - employé
6. versement - virement - transfert - dépôt
7. couvrir et recouvrer un chèque (couverture/recouvrement)
8. débiteur - créancier; dette - créance; note de débit - note de crédit; solde débiteur - solde créditeur; debiter/créditer un compte de x francs

*2. Il faut connaître les abréviations et les sigles les plus fréquents: voir J. Berger et al., Exercices grammaticaux et exercices de vocabulaire, 1991[3], p. 83-84, ex. 108-111; W. Clijsters, Romaneske, 13e année, n 1, 1er trim., p. 26-42

*3. Un très large éventail d'autres exercices lexicaux en tous genres se trouvent dans PtP1[12].

3.2. Le niveau des combits (=combinaisons itératives): le savoir-microcombiner

Les combinaisons privilégiées foisonnent dans le français des af-faires. On en trouve en tous genres: verbe + complément, nom + adjec-tif, verbe + préposition, verbe + adverbe, nom + complément détermina-tif, etc. Le nombre de leurs éléments est très variable: il s'agit aussi bien de deux mots (ex.: passer commande) que de phrases entières (ex.: Les marchandises voyagent aux risques et périls du destinataire).

Certaines combits peuvent se retrouver dans n'importe quelle lettre d'affaires: ainsi les traductions de "in antwoord op", "graag", "ge-lieve", "zo vlug mogelijk", "spijtig genoeg", "met genoegen", etc. D'autres se limitent plutôt à une seule phase de la transaction com-merciale. Il est absolument indispensable d'acquérir ces "combits" dans leur totalité comme des locutions figées, comme des expressions idiomatiques.

Différents types d'exercices sont envisageables:
exercices à trous, exercices de combinaison, exercices de traduction, thèmes...

Quelques exemples:

*1. Cet article est vendu ... l'essai.
... échantillon.
... vrac.
... disponible.
... stock.
... faculté d'option.
... comptant.

*2. Combinez.

1. dresser	1. une facture
2. passer, transmettre	2. un bilan (provisoire)
3. accuser	3. une lettre
4. donner	4. une commande / un ordre
5. subir	5. livraison des marchandises
6. prendre	6. réception d'une commande
7. établir	7. ses réserves sur le récépissé
8. rédiger	8. décharge au transporteur
9. prendre	9. la facture par virement
10. mentionner	10. à l'exécution d'un ordre
11. régler	11. un retard
12. procéder	12. note des observations formulées

*3. Traduisez.
1 In antwoord op uw brief van de 20ste ll. delen we u mee dat...
2 Wil U ons zo vlug mogelijk de gevraagde inlichtingen bezorgen.
3 Graag kondigen wij U de opening van een nieuw filiaal aan.
4 Wij zouden graag willen weten welke korting U ons kan toestaan.
5 Wil U ons laten weten wanneer wij uw volgende zending mogen verwachten?
6 Het spijt ons ten zeerste dat ons aanbod U niet tijdig bereikte.
7 Het spijt ons ten zeerste dat we uw bestellingen niet tijdig konden uitvoeren.
Pour d'autres exemples: voir PtP1.

---

[12] J. Berger, W. Clijsters, M. Griffon, N. Joosten, L. Maurissen, Par téléphone... Par lettre... I, 110 p., 1990[3], II, 1991[3]

3.3. Le niveau de la phrase: le savoir-macrocombiner

Une série de phrases sont utiles dans presque toute lettre d'affaires, d'autres se rapportent plutôt à une seule phase de la transaction d'affaires. A la première catégorie appartiennent par exemple les formules de la fin.

3.3.1. La fin.

Elle comprend habituellement deux éléments: l'expression d'un espoir / de remerciements + la formule finale de politesse. Si l'usage semble les tolérer, faut-il encore corriger l'anacoluthe dans

1 En vous remerciant d'avance, veuillez agréer, Messieurs, l'expression de nos salutations distinguées.
2 En recevant mes remerciements anticipés, je vous prie d'agréer, Messieurs, l'expression de mes sentiments les meilleurs.
3 En attendant de vos nouvelles, veuillez croire, Messieurs, à mes meilleures salutations.
4 Dans l'attente de vos nouvelles, recevez, Messieurs, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

3.3.2. La formule finale de politesse.

Voici à titre d'exemples une série de formules finales. Une règle simple pourrait diriger le choix, à savoir que la longueur de la for-mule dépend de la distance qui sépare les partenaires.

Formules simples (gradation dans le respect).
Recevez, Monsieur, mes salutations distinguées.
Agréez, Messieurs, nos salutations distinguées.
Nous vous présentons, Messieurs, nos salutations distinguées. ?
Nous vous présentons, Messieurs, nos salutations empressées. ?
(seulement du fournisseur ou de la banque au client)
Veuillez agréer, Monsieur, nos salutations très distinguées.
les plus distinguées.
Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.
Veuillez croire, Messieurs, à nos sentiments les plus distingués.
dévoués.
Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'assurance de nos sentiments les plus distingués.
("assurance" est plus solennel que "expression")
Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Directeur, l'assurance de notre considération très distinguée.
la plus distinguée.

Formule passe-partout.
Veuillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

Formules officielles.
Veuillez agréer, Monsieur le Chef de service, nos salutations distinguées.
Veuillez agréer, Monsieur le Préfet, l'assurance de notre considération distinguée.
Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Conseiller d'Etat, l'assurance de notre considération très distinguée.
Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Conseiller fédéral, les assurances de notre (très) haute considération.

Formule passe-partout.
Veuillez agréer, Monsieur le ..., l'assurance de notre considération distinguée.

3.3.3. Pour chaque phase de la transaction, le correspondancier expérimenté dispose d'un stock de formules utiles. On les trouve dans les bons manuels.

BEST COPY AVAILABLE

La diplomatie, le doigté du correspondancier se situe à deux niveaux:

3.4. Le niveau des nuances des mots: le savoir-nuancer

Les véritables synonymes sont très rares. Le correspondancier doit être capable de tirer pleinement profit des nuances qui distinguent les parasynonymes. Surtout dans les situations plutôt pénibles, comme les réclamations, les rappels, les refus, etc., il est important de savoir utiliser le mot juste. Il fera un emploi adroit des litotes, des euphémismes, etc. En effet, quelles que soient les circonstances, un employé à l'esprit commercial s'efforcera toujours de garder la clientèle, ou mieux encore de l'élargir. Et c'est surtout par les solutions des cas difficiles et par la façon de les presenter qu'il y parviendra. Tout cela demande une grande maitrise de la langue et donc beaucoup d'entraînement. Malheureusement, les manuels semblent ignorer quasi totalement cet aspect.

Quelques exemples pourtant dans PtPl II, ex. 5.8 p. 20, 5.11 p. 21, 5.12 et 5.14 p. 22.

3.5. L'enchaînement des idées: le savoir-négocier

Surtout important pour les cas difficiles, comme la négociation d'un contrat, le règlement d'un litige. Il faut savoir trouver et utiliser des excuses (une voiture est livrée trop tard en raison du succès du modèle, donc le client a fait un bon choix), rester à l'arrière-plan quand des problèmes se présentent (un oubli, l'informatique, la conjoncture a causé le problème; la hausse des prix énergétiques doit être répercutée sur les prix), souligner les avantages (spéciaux) qu'on offre (une hausse de prix est annoncée en signalant qu'on peut encore profiter d'un stock réduit à l'ancien prix), éviter à tout prix de froisser, et surtout de vexer le client. Ne jamais oublier qu'un client mécontent sera à coup sûr un client perdu.

Quelques exemples: PtPl II, ex. 5.9 p. 20-21, ex. 4-5 p. 7

4. La correction de la lettre d'affaires en classe: radioscopie par étapes d'une oeuvre des plus complexes.

Ce qui suit est l'inventaire des aspects qui peuvent entrer en jeu pour évaluer une lettre d'affaires. Le poids qui est accordé à tel ou tel point individuel, dépend de la phase de l'apprentissage et de l'importance que les cours précédents y ont attachée. N'oublions pas que la lettre constitue la carte de visite de l'entreprise.

4.1 La présentation physique/matérielle

4.1.1 Papier "adapté"
- Format
- Aspect (couleur, qualité...)
- Papier à en-tête

4.1.2 Mise en page (voir normes AFNOR ou IBN-BIN)
- Division du texte en assez d'alinéas
- Uniforme
- Conforme aux normes de présentation et de disposition:
  - alignement à gauche (disposition américaine)
  - première ligne de l'alinéa en retrait

4.1.3 Soins matériels
- Qualité de la frappe / de l'impression
- Fautes de frappe
- Corrections visibles :
  - surcharges, ratures ou mises entre parenthèses

4.1.4 Enveloppe
- Format et couleur adaptés
- Place et disposition de l'adresse du destinataire et de l'expéditeur selon les conventions d'usage

4.2 Ses qualités intrinsèques (contenu, langue, style)

4.2.1 Précision: respect rigoureux des conventions
- La situation est-elle correctement comprise?

BEST COPY AVAILABLE

Indiquez: suscription (A l'attention de...)
objet
références
signature (+ nom + fonction du signataire)
P.J.
lieu et date
Données précises:
montants, prix, codes des produits, dates,
dénominations, toutes sortes d'unités

4.2.2 Formulation, structure, enchainement des idées

4.2.2.1 Respect des conventions:
appellation (aussi dans la formule finale)
vous (votre...), tu (ton...) vs nous (notre...), je (mon...)
formule finale adaptée

4.2.2.2 Précision lexicale:
mot précis et avec la bonne nuance
combinaisons itératives

4.2.2.3 Tournures appropriées pour demander (conditionnel, formules d'introduction), s'excuser, espérer, remercier, commander...

4.2.2.4 Enchainement logique des idées / chronologique des faits
introduction - corps - fin
emploi correct des connecteurs (cause, conséquence, but...)
agencement psychologique réfléchi du document:
division en alinéas
ponctuation adaptée
une idée, un message par alinéa

4.2.2.5 Diplomatie commerciale: le document doit être imprégné du "savoir-négocier"
analyse "commerciale" de la situation
proposition fidélisant le destinataire
énonciation claire et limpide des idées
adoption du meilleur point de vue (le rédacteur doit rester à l'arrière-plan, donc emploi intelligent du passif et du "nous")
Par exemple: message positif avant réclamation
report d'une hausse de prix
indication de pages intéressantes du catalogue
espoir, remerciements avant formule finale

4.3 Langage impeccable
orthographe
ordre des mots
emploi temps et modes
accords
ponctuation
minuscules-majuscules, etc.

P.S. Dès le début, prévoir des "cartes rouges" pour des cas bien précis, qui évolueront au cours du cycle. Quelques exemples: des fautes impardonnables de langue ("Nous pouvoir..."), des négligences non excusables (feuille arrachee, format mémo, en couleur...)

Toute lettre d'affaires constitue un document de promotion:
elle doit contribuer à resserrer
les liens commerciaux existants!